Муниципальное общеобразовательное учреждение
«Средняя общеобразовательная школа №2 г. Нариманов»
Астраханская область

ЛЕКСИКА ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

Выполнили:
ученицы 9 «Б» класса
Кудрявцева Ольга и
Черкасова Оксана
Руководитель:
учитель русского языка и литературы
Попова Галина Николаевна

Наши задачи

- Изучить, какие периодические издания (газеты) выписывает школьная библиотека, городская библиотека, какие газеты поступают в продажу
- Изучить лексические средства, используемые в качестве газетных заголовков
- Провести анализ лингвистической природы газетных заголовков
- Просмотреть и проанализировать заголовки и конкретные статьи в газетах

Цель работы:

Определить: зависит ли выбор читателя того или иного периодического издания от яркости заголовка.

Выявить: статьи с какими заголовками больше привлекают читателя.

Предмет исследования

Газетные заголовки

Гипотеза:

предположим, что люди, просматривая заголовки газет, останавливают свое внимание на заголовках, конструкции которых им знакомы, узнаваемы. Если заголовок вызывает ассоциации и находит отклик в памяти, то материал статьи или заметки лучше запомнится.

Что такое заголовок?

- Заголовок – слово главное. И поэтому такое слово должно быть сказано четко, ярко и осознанно. Заголовок должен быть таким, чтобы читатель сразу понял, что перед ним именно та статья, которая ему нужна.

Словари Даля и Ожегова

- Заголовок –это название внутреннего подраздела произведения; название структурной части рубрики, обозначающей объект поиска, название (Словарь Даля)
- Название небольшого произведения, статьи. Заметка под броским названием

  (Словарь Ожегова)

ХОД РАБОТЫ:

1. Сбор материала (посетили библиотеку, выяснили, какие газеты выписывают, просмотрели газеты дома, выписывали заголовки из газет).
2. Выясняли, какие заголовки наиболее распространенные.
3. Классифицировали заголовки.
4. Провели анкетирование : какие газеты предпочитают читать разные слои населения.
5. Работали с источником (интернет)

Самые читаемые газеты

- АИФ
- Комсомольская правда
- Волга
- Степная новь
- Хронометр

Ход исследования:

- Просматривая заголовки, выяснили, какие заголовки употребляются
- Заголовки почти не повторяются, в каждой газете свой заголовок
- Классифицируя заголовки выяснили, что они бывают пяти видов

Классификация заголовков

Заголовки, образованные путем трансформации строк из песен:

- «Пусть всегда будет детство» («Степная новь», 03.10.08г.)
- «А мы едем, а мы едем за туманом»

Классификация заголовков

Заголовки, образованные путем трансформации пословиц и поговорок:

- «Договор дороже денег»
- «Футболу все возрасты покорны»
- «Скупой платит дважды»

Классификация заголовков

Заголовки-фразеологизмы

- «Как вы «яхту» назовете, так она и поплывет»

Классификация заголовков

Использование преобразованных строк из произведений в роли заголовков

- «Дети капитана Гранта»

Классификация заголовков

Заголовки, образованные из названия кинофильмов, фраз из кинофильмов

- «Москва верит не слезам, а талантам»

Результаты анкетирования

- Подростки: не читают газеты
- Люди среднего возраста: «Хронометр», «Степная новь»
- Пожилые люди: «Хронометр», «Степная новь», «Аргументы и факты»

Вывод:

- Заголовок – слово главное. И поэтому такое слово должно быть сказано чётко, ярко и осознанно. Заголовок должен быть таким, чтобы читатель сразу понял, что перед ним именно та статья, которая ему нужна. Статистика: статью с эффектным заголовком дочитают до конца восемь из десяти человек, тогда как статью с непродуманным заголовком – только один человек.

Вывод:

- Проведя исследование, мы выяснили, что люди останавливают своё внимание на заголовках, конструкции которых им знакомы. Если заголовок вызывает ассоциации и находит отклик в памяти, то материал статьи лучше запомнится. Таким образом, успех того или иного периодического издания зависит от яркости его заголовков. Всё это и подтверждает нашу гипотезу.

Литература

1.)
http://www.bestreferat.ru/referat-32227.html – Современный газетный заголовок
2.)
http://reqos.info/category/blog/features-of-the-language-and-style-of-the-newspaper/semantic-and-stylistic/ - Заголовки-фразеологизмы
3.) В. М. Даль. Толковый словарь живого великорусского языка. – Астель, АСТ, 2004
4.) С.И. Ожегов. Словарь русского языка. - М.: «Советская энциклопедия», 1972.